

富士康的焦虑

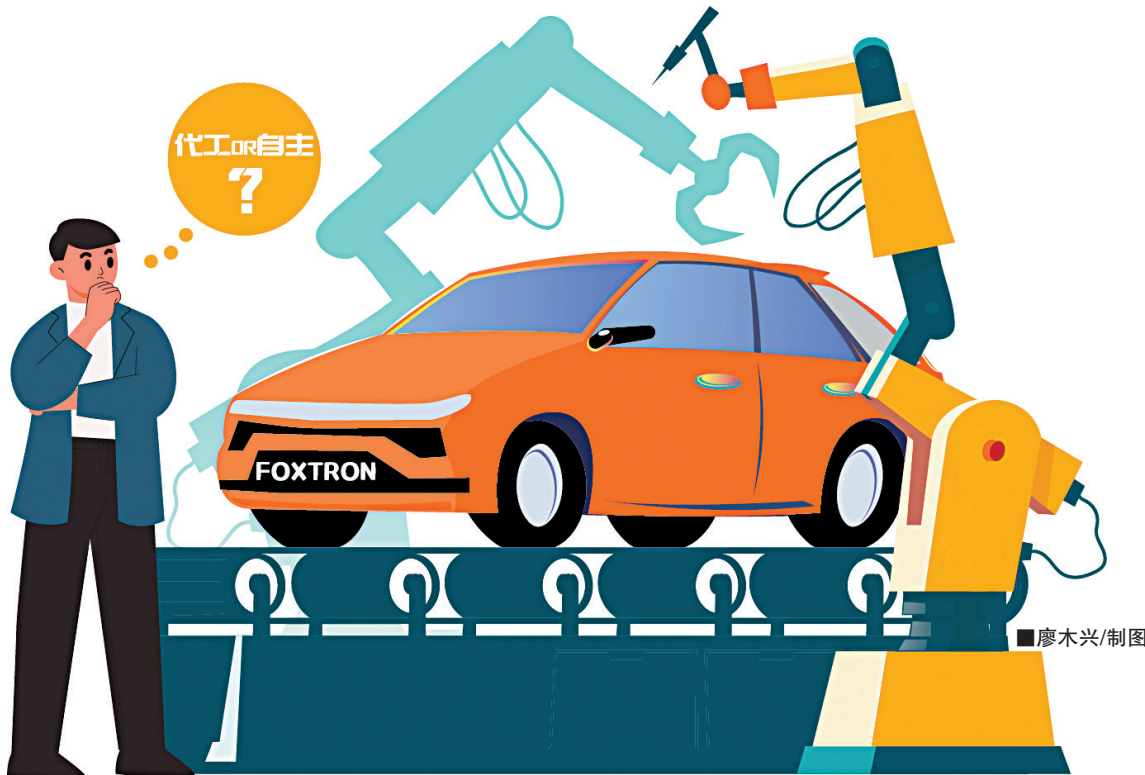
如何搭上新能源的代工快车？

2023年以来,富士康造车的步伐明显加快。6月28日,在夏季达沃斯论坛上,富士康母公司鸿海集团董事长兼CEO刘扬伟再次提出,新能源汽车领域将是富士康的下一个重点板块。但与汽车厂商发展路径不同,刘扬伟表示,富士康的造车主要还是以代工为主。

自从今年4月官宣成立郑州新事业部以来,富士康在新能源产业链的布局一直颇受关注。大范围的扩招,与主流汽车厂商“联姻”,足以彰显其冲击汽车圈的决心和迫切之情。但值得注意的是,踏足汽车领域十多年来,富士康目前还未真正将一款车量产落地。

富士康造车现象折射出的是巨头跨界造车的共同困境。新能源汽车潜在的万亿市场吸引着无数企业纷纷跨界入局,谁都想瓜分这块巨大的资本蛋糕。但经历年狂热追逐,市场已经逐渐开始理性,部分公司市值攀上新能源概念飙升后也逐渐开始挤水。跨界造车并不像表面那么轻松,尽管富士康在ICT领域的专业能力、丰富经验和全球化布局,对汽车行业的转型升级具有重要示范意义,但富士康在汽车板块发力布局能否复制过去成功经验,这些都有待时间给出解答。

■新快报记者 张磊



富士康密集招兵买马的背后

关于造车,富士康近期一直动作频频。6月15日,富士康官方渠道发布郑州富士康新事业总部招聘信息,此次招聘主要围绕EV(电动汽车)、电池两大业务板块。从细分工种来看,EV类招聘岗位几乎涵盖从刹车、转向、悬挂到动力电池、电子电机、内外造型的整车制造。而在电池业务领域,富士康招聘涉及IE工程、储能电池业务、采购等19个岗位。

富士康方面介绍,作为富士康面向“3+3”新兴战略产业发展的重要基地和中心,新事业总部投资10亿元,将聚焦电动汽车、电池、机器人等新兴产业的发展,制定未来发展规划、开展核心技术研究、推动产业投资和统筹管理、实施产业项目孵化和落地等,助力区域经济发展的新方向。

事实上,作为消费电子代工巨头的富士康,早在十多年前就将造车梦落地。2005年,富士康斥资3.7亿元收购了汽车线束厂安泰电业全部股份,开启属于自己的造车元年。彼时的富士康,从倒车雷达和电瓶线等基础零部件代工入手,逐步将生产范围扩大到仪表盘、汽车面板等领域,并加强与各大汽车厂商的合作。

2015年,富士康将汽车帝国从零部件延伸至整车制造领域。与腾讯和和谐汽车分别孵化出拜腾和爱驰两个品牌。随后,富士康先后对宁德时代、小鹏等公司进行投资,持续深入市场。而富士康造车取得实质性进展是在2020年。那一年,富士康分别和菲亚特·克莱斯勒、裕隆汽车组建合资公司,扩大自己的造车朋友圈。在两大重要合作伙伴的加持下,富士康造车进程再次提速,随后发布了几款新车。

截至2023年5月,富士康共发布了五款车型,分别是Model C原型车、Model E轿车、Model T电动巴士、Model B和Model V。目前来看,这些车均未实现量产交付。与此同时,富士康在美国投资的电动皮卡新势力洛兹敦汽车,在经历产量上不去、连年亏损后,也在近期向法院提出破产申请。

汽车代工和自主造车双管齐下,这是富士康对自己进军汽车产业链的严格要求。基于此,他们明确了更为具体的阶段性目标。预计到2025年,纯电动车营收占其制造业营收的5%,每年生产50万-75万辆电动汽车,营收目标为300亿美元。与此同时,40%的车辆配件将由富士康本厂打造。

不可否认,富士康跨界造车的背后,是其传统业务电子行业走下坡的大背景。相关数据报告指出,今年一季度全球智能手机出货量为2.80亿部,同比下滑14%。对比去年同期,整整少卖4500万部手机,这已经是手机行业连续7个季度出现同比下滑。随着消费电子行业逐渐饱和,富士康的传统代工业务受到冲击,汽车是其寻找的新的增长点。

打造自有品牌或只为积累代工经验

代工还是富士康寻求的最优造车路径。2021年1月份,富士康与吉利控股签署了一份战略合作协议,双方将成立合资公司,各自持有50%的股权,致力于为全球汽车及出行企业提供代工生产。

同年5月,富士康与美国汽车初创公司Fisker达成合作框架,计划共同打造个人电动汽车革命项目,新车预计将于2024年开始量产,富士康在其中的角色同样是代工。随后,富士康又分别拿到了国外另外两家公司的订单,准备生产农用拖拉机和电动原型车。

具体来看,富士康与汽车公司的“联姻”,在于双方赋能。富士康是代工方面的巨头,经验和资源优势明显,之前就打入了特斯拉、奔驰、宝马等车企的供应链,而以吉利为代表的车企在汽车行业有多年的整车制造经验,这样双方可以相互补短。

但不同于其他代工厂的寄售生产模式,富士康提出了希望通过开放平台吸引上下游产业链生态玩家的概念,意在打造一个软硬结合的模块化开发平台,最终接管车企从开发到生产的全流程。根据富士康的想法,MIH平台将尽可能像Android操作系统一样具备开放性和灵活性,可以满足客户对车型的不同需求。

不过,富士康这种模式在国内面临极大的挑战,国内新能源厂商都在发力平台化,目前行业内比亚

迪、吉利、长城都在陆续推出电动车开放平台,此方面需求并不是很强烈。

此外,尽管富士康代工优势明显,但缺乏汽车行业经验仍然是硬伤,苹果公司的忽略便是真实案例。一直以来,富士康与苹果深度捆绑,苹果代工业务占据富士康母公司鸿海精密约一半的销售额。富士康自身的营收很大程度上受到苹果销量的影响,但此前苹果为自家造车业务选择合伙人却没有考虑富士康。

对此,天风证券分析师郭明錤也指出,富士康缺乏电动汽车的生产制造经验,即便现在开始投资,也需要两年到四年的持续投入,才能见到初步效果;对于苹果来说,这个时间成本太高。

招银国际研究部副总裁分析认为,汽车制造区别于手机制造,两个不同的产业有各自的产业链、供应链,汽车的制造也要比手机复杂得多。富士康的代工模式预计将会在未来2-3年仍处于试错阶段,短期内前景不是很明朗,这是影响其造车发展缓慢的根本原因。

基于此,从长远来看,富士康更可能是在初期聚焦于部分地区市场,销售自有品牌,但是在制造及供应链管理成熟后,或会转而代工主流品牌的汽车,放弃自有品牌。换句话说,富士康前期自有品牌的打造或只是为了积累生产经验。

赛道拥挤,跨界造车“一地鸡毛”?

2021年以来,造车这条赛道变得十分拥挤。小米、牛创、360、百度等一众科技企业纷纷官宣跨界造车。再算上此前一直在赛道中布局的苹果、恒大等企业,从科技巨头到房地产开发商,都不愿意错失这一风口,纷纷投身汽车产业。

再看回当下,跨界造车可以用“一地鸡毛”形容。恒大汽车在无法获得新增流动性情况下,随时有停产风险;宝能观致汽车几近停摆,“圈地造车”未见实质性成效;牛创的自驾游营地破产,成为最短命的新造车企业之一;贾跃亭的法拉第至今还未实现交付;而计划未来10年投资100亿美元的小米汽车,即使在宣布造车后的两年里不断传出高薪挖人、到处投资等消息,但产品也至今没有面向公众,截至目前,距离小米汽车2024年实现量产的目标所剩时间已不多。

对此,汽车行业分析师张翔向记者表示,与燃油汽车有着发动机和变速箱的高技术壁垒不同,新能源汽车最核心的便是三电技术,而如今三电技术的

进步让汽车机械结构大量简化。电机、电池等汽车部件都能够找到优质可靠的供应商。大量集成式成品的出现,节省了研发时间和资金,也同时降低了电车动力模块的技术难度和造车门槛。

同样值得注意的是,规模是跨界车企所要面对的第二大挑战。就连已年产百万辆的特斯拉,也在产能扩张、产品一致性和产品智能安全性监管上遭遇了一些困难。从这一角度看,跨界造车在技术积累、产业链覆盖的劣势显著,生产成本、产品可靠性很难在短期内与传统车企站在同一起跑线上。

有业内人士分析认为,跨界造车成功的核心是专注,作为投入大、回报周期长的行业,想要一蹴而就并不可能。回到富士康,在代工和自主之间的犹豫不决,也是其发展缓慢的原因之一。



更多优质汽车资讯
请关注新快网汽车频道